

泊头青年李浩林创业销售防爆工具，主动做减法，聚焦单一市场，实现企业快速突围。他还对应国家战略，重建供应链，短视频引流，率先开拓西部市场，并将产品卖到了日本、越南等国，实现产品出海。

冷门“爆”款 闯市场

本报记者 吴梦 本报通讯员 李巧静

主动做减法将市场做小

3月12日清晨，泊头青年李浩林就通过手机接连收到2笔防爆工具的订单。

作为业内新人，李浩林电商创业销售防爆工具，产品覆盖晋冀鲁豫四省，成为业内新锐势力，吸引了业内企业纷纷关注。

“作为初创企业，我们快速发展的秘诀就是主动做减法，通过不断精减市场，用有限资源深耕山东等省的化工企业。”李浩林这样分享自己的心得。

2022年初，李浩林创业入驻泊头市众鑫创业孵化基地，当时基地除了提供免费办公场地外，还给新入驻企业提供系统创业培训。李浩林学习了电商运营知识，同时通过大数据分析，他发现防爆工具销售以线下门店为主，线上销售较少。

细心的李浩林为自己确定了发展方向。很快，李浩林的防爆工具登陆淘宝、拼多多等平台。

线上销售，让李浩林占据产业先机，开业第一天就接到20多个订单，销售几千元。

很快，李浩林的防爆工具覆盖山西、山东等地市场，并开始憧憬新事业的美好未来。就在销售顺风顺水时，他发现公司发展突然遇到瓶颈，订单量和成交量停滞不前。

为尽快打破销售瓶颈，李浩林开始主动做减法，通过缩小市场来聚集资源。

短视频引流产品出海

李浩林曾在防爆工具企业工作多年，对防爆工具产业较为了解，防爆产品广泛应用于石化、粮食、医药等行业。他发现电商销售虽然快捷，但对下游企业触达有限，后续服务很难，限制了产品后续销售。

“作为初创电商企业，我们资源有限，不能像其他企业一样同时关注多省市场。于是我们收缩市场，集中资源主攻山东。同时，进一步缩短战线，退出石化、医药等行业，集中火力开拓化工市场，再不断提高售后服务能力，通过单点突破带动企业发展。”

“战略调整”很快见效，李浩林的防爆工具陆

续敲开多家化工企业的大门。

“防爆工具作为冷门产品，很多人对它们不熟悉，利用直播、短视频等进行推广，直达消费终端，能更好带动产品销售。”

短视频给李浩林带来了每天几千人次的流量，越来越多的人开始留言咨询、购买相关产品。更让李浩林没想到的是，短视频吸引上海、广州等地多家出口企业抛来橄榄枝，产品开始出口日本、越南等国家和地区。

顺应国家战略一路向西

在产品敲开日本等国家市场同时，李浩林带领企业再次转型。

“今年，我们顺应国家战略，正在重建供应链，进军内蒙古、新疆等西部市场，目前取得了一定成绩。”李浩林举例说明。

原来，在不断做减法中，李浩林通过大数据发现，以乌鲁木齐、克拉玛依为代表的西部石化产业集聚区正在快速崛起，在大型炼化的企业周边聚集着越来越多的化工配套企业，为防爆工具销售打开了新市场。

“随着国家‘一带一路’倡议的深入推进，中亚油气资源通过管道输入新疆，中东石油通过巴基斯坦进入新疆，带动克拉玛依等传统石化基地快速扩产，只有不断强化供应链，抓住这难得的发展机遇。”李浩林将目光对准了西部。

重建供应链，李浩林首先甄选优质生产厂家合作，在保证产品质量的同时打造品牌，进一步提高市场响应速度，并与专业物流公司和当地第三方服务企业合作，及时反馈对接下游客户不断变化的市场需求。

“目前，我们已与乌鲁木齐、克拉玛依等地多家化工企业建立合作关系，以此为基础，公司将通过服务进一步拓展覆盖面，做好渠道服务，将产品品牌在当地做实做深。”

同时，李浩林还筹划公司进军爱采购、阿里等电商批发平台，开始进军电商全渠道销售。

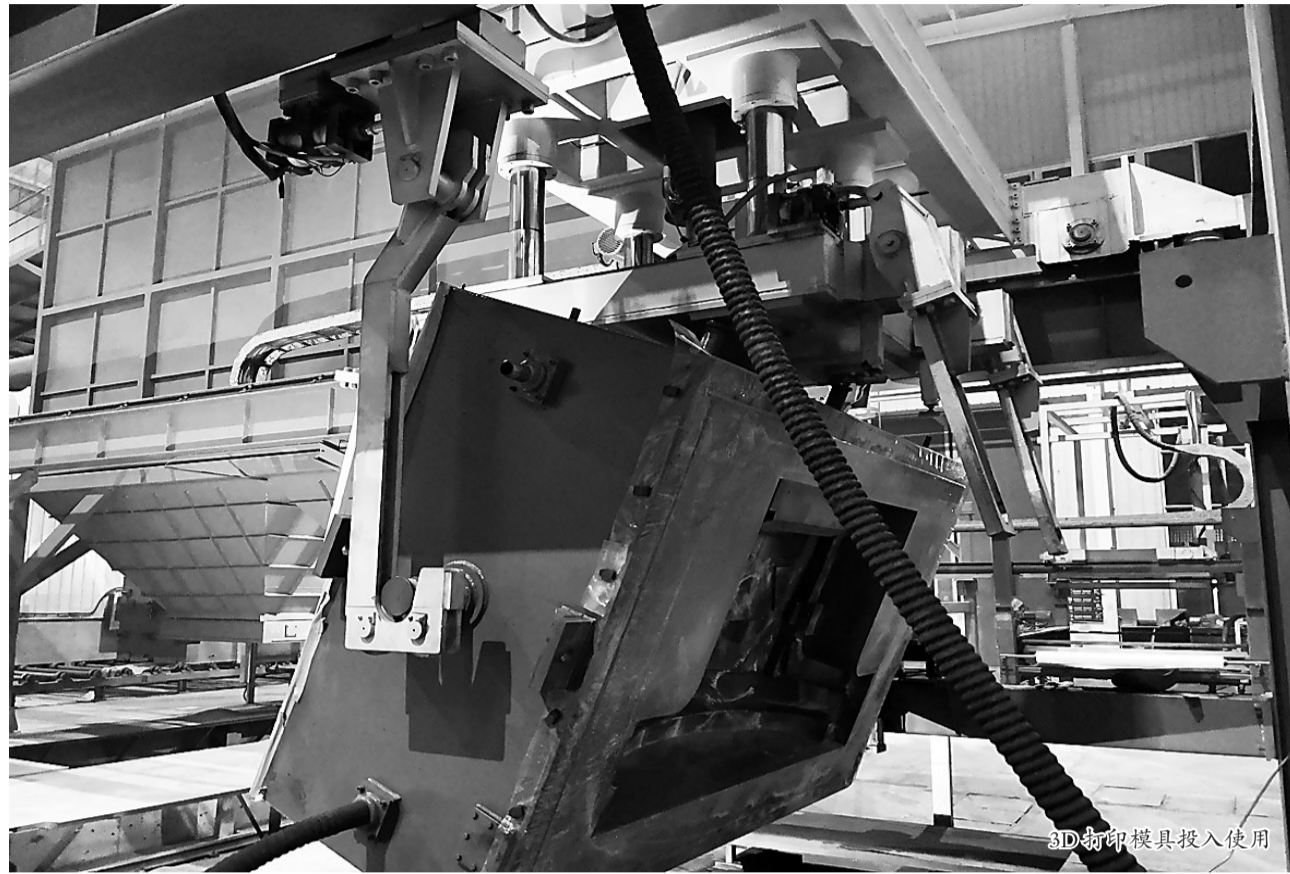


防爆工具装配生产

3D打印推动产业升级①

开栏话：

随着我市制造业向智能制造转型升级，3D打印技术越来越多融入制造业中，助力相关企业实现绿色低碳成本成长。本报特推出“3D打印推动产业升级”系列报道，通过深入3D打印生产的应用场景，分享企业发展经验，为有意向使用3D打印技术的企业提供有益参考。



3D打印模具投入使用

3D打印技术融入铸造产业，使铸造模具实现快速化、标准化生产，提高了模具精度，并可重复使用，有利于铸造产业实现绿色低碳发展，吸引菲美得、亚奇铸业等龙头企业纷纷研发应用，推动产业转型升级。

3D打印 “铸”力绿色铸造新生态

本报记者 吴梦

铸造模具也能3D打印

日前，在献县河北菲美得布莱克伍德机械制造有限公司铸造车间，随着工长一声哨响，一件巨大的铸件被提出基坑。

与此同时，工业机器人严阵以待，在铸件摆放好后，即刻挥动手臂打磨起来。

这看似平常的操作中，却蕴含着了一项黑科技——3D打印技术。

菲美得公司在铸造产业率先运用3D打印技术生产模具，并运用于铸造生产中，实现了铸造产品的快速生产和模具的多次使用，为公司在激烈的市场竞争中胜出增添了重

要砝码。

公司技术负责人李凭表示，3D打印技术生产铸造模具，只是企业推进产业升级的部分成果。

菲美得公司原是一家传统的铸造企业，主要生产工程机械配重件，以及汽车前后桥、拐臂关节等产品。公司利用企业从北京疏解到献县的机会，推动产业升级，逐步实现模具3D打印生产和铸造工艺的机器人操作。

之前，菲美得公司生产主要采用木质模具，生产周期长，容易损坏，属于一次性产品。企业引入3D打印技

术，为公司生产聚乳酸模具，生产快捷，产品稳定，模具可以自然降解，对环境十分友好，可为企业的高精度产品及今后开发高端产品提供支持。

目前，菲美得的3D打印模具主要自用，如果外部有需求，还可供应市场。此外，菲美得公司在生产工艺中逐步用工业机器人代替人工生产。铸件“出炉”后，并不能成为一件完整的产品，上面还有浇砂或飞边，甚至有些细节不合尺寸，这时就需要进行再加工。此时机器人开始大显身手，代替工人干这些脏活、累活，进一步降低了工人的劳动强度。

“傻大黑粗”变“窈窕淑女”

3D打印模具，机器人代替工人打磨铸件，这样的场景不仅在菲美得公司出现，在沧州其他铸造企业也开始成为一道亮丽的风景。

在泊头市亚奇铸业有限公司3D打印中心，一台高端3D打印机正在按照程序制作液压马达铸造壳体砂芯。

这台600多万元购进的铸造模具3D打印机，不仅可以打印出结构复杂、高精度的砂型，适合各类砂型产业化生产应用，而且具有效率高、质量优、成本低等特点，在缩短了产品研发周期的同时，帮助企业实现降本增效。凭借这套高精度打印设备，亚奇已拿下德国知名企业超3000万元的订单，产品利润提高了10多个百分点。

用砂不见砂，产生不见尘。车间

干净整洁、地面光洁如镜，丝毫没有想象中的粉尘弥漫、铁屑横飞和火花四溅。在亚奇铸业，有着传统铸造绿色转型最直观的体现。每个生产污点都配备了除尘系统和PLC自动化控制装置，让污染物无处遁形。

“我们去年开始尝试使用3D打印模具了。”公司副总经理郭兴春介绍说。

目前，亚奇铸业3D打印产品主要有两种，一种是直接打印砂型，另外一种则是打印复杂内芯。这两种打印方式，初期多在铸造小批量异形件时常用，现在已经扩大到大型复杂铸件。

李凭介绍，菲美得公司3D打印技术与亚奇公司不同，他们引入铸造产业初期，受材料所限，打印的模具只能生产一次铸件，因为在实际铸造

中，模具会废掉，属于一次性产品。经过几年的实践，现在材料逐步提升，目前3D打印模具能多次使用，且能进行修复，相对传统模具，具有不可比拟的优势。

此外，利用3D打印技术制作出的模具，比传统木模具更环保，一方面3D打印所用的是一种可降解树脂材料，对环境更友好；另一方面比木模具精度高、更耐磨，形状保持更长久，将有效减少修复的时间，节省人力、物力，成为产业发展的新方向。

“随着产业升级步伐的推进，目前3D打印技术和工业机器人，正逐渐成为铸造企业的标配，多品种的产品生产中已广泛使用3D打印模具。”李凭感慨道。

技术+服务 产业再升级

“现在，沧州越来越多的企业开始使用3D打印技术，尝试通过技术更新推动产业升级。但产业升级有多条道路，除了技术升级外，运营模式升级也是重要一环。”李凭说，“目前，国内很多中小铸造企业，受技术和资金所限，很难进行3D打印技术研发或引进；同时很多企业拥有相关技术设备，但受生产品种影响，设备使用率不足，造成技术闲置和资金冗余，企业也不想再投入，这无形中为我们提供了一个新市场。”

现在，国内制造业正大力进行产

业升级。沧州制造业中有很多铸造企业，泊头、献县等县市也是知名的铸造产业集聚区，相关企业在生产一些小批量、多品种的产品时，十分需要3D打印模具助力，这为企业3D打印技术和服务的输出提供了市场。

“我们通过生产实践，相关生产技术不断完善，可以为周边企业提供产品和服务支持。”李凭拿出多套外服方案。

在铸造之乡泊头，泊头诺德职业培训学校开始致力于服务3D打印产业。近年来，学校注重3D打印技术在铸造业中推广，为铸造企业培养了众

多3D打印人才。

“为推动泊头铸造产业升级，我们多年前就将3D打印技术作为学校的重点教学方向，每一名铸造方向的毕业生，都掌握了一定的3D打印技术，进入企业就能发挥作用，目前有多人在企业从事3D打印相关工作。”诺德学校负责人穆海新表示。



品牌成功要开场景激发购买欲

品牌想要成功，在产品研发阶段就要问自己，我是什么品类的首选，是什么功能的首选，还是什么人群的首选，或什么场景的首选。如果一句话都说不出来，通常不会成功。

——凯度大中华区CEO 王幸

一个真正强大的品牌，既需要中心思想，一句话核心价值就能被消费者所记住，随时随地条件反射，也需要像散文一样，从不同角度来扩张场景与内容，这两者之间的共振才会产生更好的效果。

——分众传媒董事长 江南春

大多数企业在动荡期只想存粮过冬，但各品类中的头部企业反而会加大品牌投入。因为动荡中消费者更加谨慎，会把钱花在更稳妥、更具确定性、信赖感更强的品牌上。

——谦寻控股高级副总裁 王斯

数字时代，许多企业面临同质化竞争时只会用一招，降价促销打价格战。短期营销低价能迎合吸引消费者，但难以形成品牌价值的积累和心智的持久固化。成功品牌最重要的一招是开场景、激发购买欲望，推动商业增量。

——海尔智家董事长 李华刚

竞争核心是树立共生共赢思想

从竞争到竞合，首先要改变竞争者的思维模式，从红海到蓝海，再到“绿海”，做到适可而止、各适其位，是过剩行业必须完成的跨越。如果说市场竞争是对低效的校正，那么市场竞合就是对过度竞争的校正。

——名创优品董事长 叶国富

市场竞合归根结底体现的是一家企业的价值追求和思想境界，其核心就是树立与竞争者共生共赢的思想。

——歌辉战略咨询创始人 廖昶

市场竞争不是零和博弈。在市场中，竞争者不仅是竞争对手，更应是竞合伙伴，它们的共同利益应大过分歧。竞争，体现在技术创新、精细管理、环境保护、品牌塑造、社会责任等方面；合作，体现在产业政策的执行、市场健康的维护、管理技术的交流学习等方面。

——浙江工商大学工商管理学院管理案例中心主任 程兆谦

企业一把手首先是经营者

管理是正确地做事，主要目的是提高效率；而经营是做正确的事，主要目的是提高效益。现在对企业的一把手来讲，最重要的不再是管理，而是要把管理授权给别人去做，自己花更多的时间、精力去面对不确定性。

——中国上市公司协会会长 宋志平

管理面对的主要是人、机、物、料之间的关系，是看得见、摸得着的。经营是在不确定性中研判和选择技术路线、市场策略、价格策略、商业模式等，两者的侧重点和目的不同。

——金晖食品董事长 李金伦

管理是眼睛向内，经营是眼睛向外，企业一把手，不应是传统的管理者，应该首先是个经营者，核心能力是经营能力。

——河南矿机董事长 崔培军

强调从管理到经营，不是说管理不重要，而是经营更重要。一把手要时刻关注外界最新变化，把经营做好，才能让企业赚到钱。

——老乡鸡创始人 束从轩

好的企业文化让企业少犯错

建立好的企业文化非常难，破坏起来非常容易。好的企业文化可以让企业少犯原则性错误，降低战略出错的概率，从而可以走得更远。

——步步高公司创始人 段永平

一个企业要长期做下去，要保持竞争力，要基业长青，就一定要有自己的文化。产品可以模仿，而文化是不可模仿的。

——方太集团董事长 茅忠群

个人观点仅供参考